

Nadzieja na sukces jako atrybut przedsiębiorcy

Wstęp

Inspiracją do napisania poniższego artykułu były materiały publikowane co roku przy okazji organizowania przez Komisję Europejską tygodnia przedsiębiorczości. Opracowane raporty prezentują sylwetki przedsiębiorców z całej Europy, którzy z sukcesem prowadzą własne firmy w różnych branżach. Opis prowadzonej działalności jest uzupełniony przepisem na sukces każdego z właścicieli oraz sugestiami, którymi chce się on podzielić z osobami planującymi założenie własnej firmy. Analiza wypowiedzi dla przyszłych przedsiębiorców sugeruje, że jednym z najważniejszych warunków działania w biznesie jest przekonanie, że realizacja wybranego celu jest możliwa oraz, że jest się osobą, która ten cel zrealizuje, mimo napotkanych przeszkód. Taka postawa, która jednocześnie jest źródłem motywacji do podjęcia trudu prowadzenia własnej firmy, jest zgodna z koncepcją nadziei na sukces – oczekiwania pozytywnych efektów własnych działań. Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie specyfiki nadziei na sukces, jej miejsca w psychologicznej charakterystyce przedsiębiorcy oraz jej znaczenia w skutecznym prowadzeniu własnej firmy.

1. Interpretacja pojęcia nadzieja na sukces

Według opinii Kwiatka istnieje około 50 definicji pojęcia „nadzieja”, jednak najczęściej stosowane jest wprowadzone przez Snydera rozumienie tego konstruktów jako procesu myślowego, który obejmuje trzy zintegrowane ze sobą elementy: cel, motywację oraz drogę do celu. [Kwiatek, 2012, s. 157-162]. Jasno ustalony i konkretny cel jest warunkiem istnienia nadziei. Motywacja to poziom energii, który jest źródłem przekonania o własnej silnej woli, własnej skuteczności i wytrwałości w dążeniu do celu. Droga do celu oznacza zdolność twórczego kreowania różnych sposobów na realizację wybranego celu, które stanowią alternatywy w wypadku napotkania trudności. Nadzieja jest więc pozytywnym stanem motywacyjnym, wynikającym z przekonania o wyso-

* Dr, Katedra przedsiębiorczości i prawa gospodarczego, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Politechnika Gdańska, bkrawczy@zie.pg.gda.pl

kim prawdopodobieństwie odniesienia sukcesu dzięki wykorzystaniu własnych kompetencji. Może też być traktowana jako dyspozycja osobista, wzorzec myślenia, który choć dynamiczny, jest względnie stały i decyduje o interpretacji danej sytuacji [Łaguna i inni, 2005, s. 5-8]. Czynniki, które kształtują tak rozumianą nadzieję, obejmują środowisko rozwoju człowieka oraz jego osobiste doświadczenia. Możliwe jest stymulowanie nadziei, na przykład przez autoafirmację czy wizualizacje [Kwiatek, 2012, s. 165].

Nadzieję można też rozumieć jako „przepelnione pragnieniem oczekiwanie”, jako „przekonanie, że wszystko ułoży się dobrze”, jako „stan odwagi” lub jako „optymistyczną postawę” [Ryś, 2010, s. 55]. Nadzieja zakłada pewną wewnętrzną gotowość człowieka na przyszłe wydarzenia i uaktywnia się w formie działania w ważnych emocjonalnie sytuacjach. Motywuje wówczas człowieka do zaangażowania własnych kompetencji dla realizacji celu. Może mieć jednak również formę pasywną, gdy przyjmuje postać pozytywnego, ale biernego oczekiwania na rezultaty, lub partykularną, gdy jest uogólnionym przekonaniem, że przyszłość przyniesie wartościowe zadania i sytuacje. Ten ostatni typ nadziei jest zależny od poczucia sensu życia, czyli od nadziei generalnej lub podstawowej [Ryś, 2010, s. 56; Łaguna i inni, 2005, s. 6]. Nadzieja podstawowa to pojęcie wprowadzone przez Eriksona, obejmujące przekonanie o uporządkowaniu i przychylności świata wobec ludzi, stanowiące podstawę siły ego [Maczak, Salata, 2009, s. 1].

Przedmiotem rozważań w niniejszym artykule jest nadzieja aktywna, określana nadzieją na sukces, która składa się z dwóch komponentów: przekonania o własnej silnej woli oraz przekonania o umiejętności znajdowania rozwiązań dzięki posiadanym kompetencjom [Łaguna i inni, 2005, s. 7].

2. Nadzieja na sukces a motywacja przedsiębiorcza

Nadzieja na sukces odgrywa ważną rolę w funkcjonowaniu człowieka, gdyż modeluje percepcję samego siebie i własnych doświadczeń, ułatwia adaptację do nowych lub trudnych warunków oraz podnosi szanse odniesienia sukcesów w różnych obszarach życia [Kwiatek, 2012, s. 167]. Osoby o wysokim poziomie nadziei bardziej optymistycznie oceniają samych siebie oraz prawdopodobieństwo osiągnięcia celu, koncentrują się na sukcesach, a nie na porażkach, łatwiej radzą sobie z trudnościami dzięki wykorzystaniu własnych kompetencji oraz zaangażo-

waniu wynikającym z pasji. W sytuacjach zagrożenia tożsamości nadzieja pozwala człowiekowi chronić poczucie własnej wartości, jest wyrazem zaufania do samego siebie [Ryś, 2010, s. 57]. Istotną funkcją nadziei jest przeformułowanie znaczenia sytuacji trudnych na wyzwania, które mobilizują do rozwoju, motywują do aktywności i stanowią o dojrzałości. Wysoki poziom nadziei ma wpływ na zdolność podejmowania decyzji w warunkach niepewności [Porzak, Sagan, 2013, s. 181]. Nadzieja na sukces warunkuje również lepsze przystosowanie społeczne, większe kompetencje społeczne i poczucie wsparcia społecznego [Łaguna i inni, 2005, s. 11]. Charakteryzując człowieka nadziei, czyli człowieka dojrzałego, Ryś podkreśla między innymi następujące cechy [Ryś, 2010, s. 60-67]:

- osobista integracja oznaczająca orientację na wartości, twórczość i otwartość,
- aprobata realistycznego obrazu samego siebie,
- poczucie bezpieczeństwa,
- zrównoważenie emocjonalne, pozytywne nastawienie,
- zdolność budowania relacji opartych na empatii i szacunku,
- integracja z otoczeniem społecznym.

Nadzieja ma też znaczenie dla woli odkrywania nowych horyzontów, przekraczania osobistych możliwości i wzbudzania motywacji wewnętrznej [Buksik, 2010, s. 5, 15].

Porównanie przedstawionych powyżej konsekwencji wysokiego poziomu nadziei na sukces z cechami przypisywanymi skutecznym przedsiębiorcom wskazuje na wiele analogii. Odwołując się do pięciopozomowego modelu kompetencji przedsiębiorczych zaproponowanego przez Glinkę i Gudkową, można zauważyć związek nadziei z cechami przedsiębiorcy (motywacja osiągnięć, wewnętrzne umiejscowienie kontroli, skłonność do podejmowania ryzyka, wytrwałość), poczuciem własnej skuteczności, mechanizmami poznawczymi (iluzja kontroli, tendencyjność optymistyczna), wiedzą (korzystanie z doświadczenia) a w szczególności z motywami działania [Glinka, Gudkova, 2011, s. 122-148].

Próbę wyjaśnienia wpływu nadziei na sukces na intencje i motywacje przedsiębiorców podjął Hayek [Hayek, 2012, s. 4-5], który odwołał się do teorii planowanego działania Ajzena. Według tej koncepcji głównym źródłem motywacji do podjęcia działania jest intencja, czyli skłonność do zaangażowania się, warunkowana trzema czynnikami:

- 1) postawą podmiotu wobec danego działania,

- 2) subiektywnymi normami oceniającymi dane działanie,
- 3) kontrolą zachowania.

Ostatni z tych elementów – kontrola zachowania – jest ściśle związana z cechami przypisywanymi przedsiębiorcom, czyli z poczuciem kontroli wewnętrznej, poczuciem własnej skuteczności i poczuciem własnej wartości. Ma też decydujące znaczenie dla percepcji ryzyka i podejmowania działań ryzykownych. Analizy Hayek'a potwierdziły, że moderatorem wpływu kontroli zachowania na intencję działań ryzykownych jest pozytywny kapitał psychologiczny przedsiębiorcy, który obejmuje optymizm, odporność, poczucie sprawstwa oraz nadzieję. Jeśli współczynnik kontroli działania jest oceniony realistycznie, warunkiem podjęcia decyzji o skorzystaniu z nadarzającej się okazji (mimo pewnego poziomu ryzyka) jest wysoki poziom kapitału pozytywnego. Jeśli przedsiębiorca nierealistycznie ocenia możliwość kontroli sytuacji, wówczas optymizm i nadzieja na sukces mogą doprowadzić do nieracjonalnych, ryzykancich decyzji [Hayek, 2012, s. 9].

W tym miejscu należy wyjaśnić różnice pomiędzy nadzieją na sukces a optymizmem, które korelują ze sobą, ale są w psychologii traktowane jako odrębne wymiary [Łąguna i inni, 2005, s. 9]. Optymizm to styl atrybucji, który wyjaśnia pozytywne zdarzenia osobistymi, trwałymi i ogólnymi powodami, zaś negatywnym zdarzeniom przypisuje zewnętrzne, czasowe i sytuacyjnie uwarunkowane przyczyny [Hayek, 2012, s. 9]. Optymizm jest więc sposobem wyjaśniania sukcesów i porażek, zaś nadzieja na sukces koncentruje się na sposobach dochodzenia do pożądanego celu [Łąguna i inni, 2005, s. 9]. Zarówno optymizm, jak i nadzieja na sukces są cechami często wskazywanymi w psychologicznym profilu przedsiębiorcy [Strojny, 2004, s. 9; Kirkwood, 2009, s. 119-121; Glinka, Gudkova, 2011, s. 147; Zaleśkiewicz, 2004, s. 315-322].

3. Nadzieja na sukces – wskazania europejskich przedsiębiorców

Aby zweryfikować znaczenie nadziei na sukces dla efektywnego prowadzenia własnej firmy, przeanalizowano wypowiedzi 95 przedsiębiorców, zawarte w broszurach przygotowanych przez Komisję Europejską w celach promowania idei przedsiębiorczości. W poniższych analizach wykorzystano dane z trzech edycji broszury: z roku 2009 – „Tajemnice sukcesu. Porady europejskich przedsiębiorców”, 2010 – „Tajemnica sukcesu 2010. Różne oblicza przedsiębiorczości” i 2011 – „Tajemnica sukcesu 2011. Przedsiębiorczość poza rozpoczęciem działalności:

Przedsiębiorcy drugiej szansy i przeniesienie własności przedsiębiorstwa". Nie uwzględniono publikacji z roku 2012, gdyż dotyczyła firm działających na rynku międzynarodowym i zawierała wypowiedzi przedsiębiorców dotyczące ekspansji na rynku globalnym, które odnosiły się raczej do działań całej organizacji niż do osobistych strategii i postaw. W pozostałych raportach większość właścicieli firm z całej Europy została poproszona o radę dla osób, które planują założenie własnej działalności gospodarczej. Jako wskaźniki nadziei na sukces potraktowano wypowiedzi bezpośrednio odnoszące się do jej dwóch głównych elementów: przekonania o własnej silnej woli oraz przekonania o umiejętności znajdowania rozwiązań dzięki posiadanym kompetencjom, które obejmowały:

- zachętę do wiary w siebie, głównie we własne umiejętności dla osiągnięcia sukcesu
- wiarę we własny pomysł, w jego powodzenie i możliwość realizacji,
- odwagę w realizacji własnych marzeń,
- nie poddawanie się po porażce i traktowanie ich jako wyzwania.

Poniżej zacytowano wypowiedzi wybranych osób, które promowały optymistyczną aktywność opartą na nadziei na sukces:

- „...jeśli naprawdę wierzymy w to co robimy, powinniśmy działać z odwagą i entuzjazmem. Trudności dotyczą wszystkich, ważne jest, jak sobie z nimi radzimy”¹.
- „Siła pozytywnego myślenia jest nieograniczona i niezbędna w prowadzeniu działalności”².
- „Najważniejsze to kochać swoją pracę oraz wierzyć w swoje założenia. Wyznaczanie celów jest ważne, ale trzeba być gotowym ciężko pracować na ich realizację. Patrz w przyszłość i uwierz w sukces, pomimo wszelkich przeciwności, które możesz napotkać”³.
- „Bycie pozytywnym, myślenie pozytywne, nie poddawanie się zmęczeniu, kochanie tego, co się robi, myślenie, co jeszcze można zrobić lepiej od konkurencji i nigdy nie ocenianie się zbyt nisko. [...] stałe skupianie energii na przyszłości i sukcesie”⁴.

Podobne sugestie znalazły się w wielu opiniach. Rozkład wyników, czyli procentowy udział wypowiedzi wskazujących nadzieję na sukces

¹ Richard Cullen, firma: The Jelly Bean Faktory, Irlandia.

² Trees Loncke, firma: AGRO2000, Belgia.

³ Nejdet Tiskaoglu, firma: Elcab Kablowe Profil San. TLC.LTD.STI, Turcja.

⁴ Rezarta Dervishi, firma: Madison Avenue, Albania.

jako klucz do realizacji biznesowych przedsięwzięć na własny rachunek, przedstawia tablica 1.

Tablica 1. Nadzieja na sukces w wypowiedziach doświadczonych przedsiębiorców

Rok	Liczba respondentów	Wskazania nadziei na sukces		
		kobiety	mężczyźni	razem
2009	33	85%	70%	79%
2010	36	76%	58%	67%
2011	26	43%	68%	62%

Źródło: Opracowanie własne.

Najczęściej nadzieję na sukces wymieniali przedsiębiorcy w 2009 roku, co wydaje się uzasadnione ze względu na główną tematykę poszczególnych raportów. Pierwszy z nich, właśnie z roku 2009, miał za zadanie inspirować młodych ludzi do zakładania własnej firmy. Jej uczestnikami byli więc przedsiębiorcy, którzy z entuzjazmem i sukcesem prowadzili własne firmy. Broszura z roku 2010 była poświęcona przedsiębiorcom, którzy musieli zmierzyć się z kryzysem gospodarczym i pokazywali, co było ich receptą na przezwycięzenie jego skutków dla organizacji. Materiały opracowane w roku 2011 zawierają prezentację sylwetek osób, które podjęły się reanimacji firm po upadłości lub przejęcia organizacji w złej kondycji finansowej i doprowadziły do ich rozwoju. W tej sytuacji przedsiębiorcy częściej podkreślali rolę analizy rynku, rozeznania konkurencji i znalezienia sposobu, by zaproponować najlepszą ofertę klientom. Ta tendencja dotyczyła szczególnie kobiet biorących udział w wywiadach, stąd też w ich wypadku procent wskazań jest nieco najniższy.

Niemniej jednak częstość odwoływania się do nadziei na sukces jest ważną przesłanką jej znaczenia dla działań przedsiębiorców, tym bardziej, że w tak wielu wypadkach została ona podana jako najważniejszy czynnik sukcesu.

4. Polski optymistyczny przepis na sukces

Wśród przedsiębiorców wypowiadających się w broszurach Komisji Europejskiej znaleźli się również Polacy. W roku 2009 przedstawiony został Wiesław Raszewski, właściciel firmy Ravimed Sp. z o.o., zajmującej się produkcją medycznych pojemników jednorazowych oraz bada-

niami laboratoryjnymi od 1991 roku. Wśród porad przeznaczonych dla osób rozważających założenie firmy przedsiębiorca wymienia: cierpliwość, świadomość konsekwencji własnych działań, szacunek wobec ludzi, przejrzystość zasad pracy, inwestowanie w rozwój i liczenie każdego grosza. Mówi też: „Nie poddawaj się w przypadku niepowodzenia, nie wpadaj w pułapkę samozadowolenia [...]”, czyli akcentuje rolę aktywizującej roli nadziei, jednocześnie ostrzegając przed pułapką iluzji kontroli.

Polskim bohaterem raportu z Tygodnia Przedsiębiorczości w roku 2010 była Magdalena Łubińska, założycielka firmy Moho Design Co. Ltd., produkującej wysokiej jakości dywany z nowozelandzkiej wełny. Firma ma przedstawicielstwa w sześciu krajach świata, produkty cieszą się bardzo wysoką opinią klientów już od 2004 roku. Motto właścicielki brzmi: „Jedynie ograniczenia czają się umyśle”, co podkreśla znaczenie pozytywnej motywacji i nadziei na sukces. Dodatkowo Łubińska doradza początkującym przedsiębiorcom: „Podążaj tam, dokąd wiedzie cię intuicja, podejmuj wyzwania, pogłębiaj zainteresowania i okaż determinację w ich rozwijaniu”.

W roku 2011 wśród europejskich firm znalazła się organizacja Polskie Piekarnie SP, prowadzona od 2005 roku przez Witolda Graba, po przejściu w stanie zagrożenia upadłością od poprzedniego właściciela. Podpowiadając osobom, które myślą o podjęciu takiego wyzwania, przedsiębiorca namawia do przeprowadzenia solidnej, uczciwej analizy własnych możliwości, ograniczeń i ryzyka oraz podejmowania decyzji dopiero po jej zakończeniu: „Nie podejmujcie ryzyka, jeśli nie macie stuprocentowej pewności, że możecie je podjąć. Jeśli macie pewność – zróbcie to i nie bójcie się”. W tej wypowiedzi wyraźnie można zidentyfikować obydwie składniki nadziei na sukces: przekonania o silnej woli oraz umiejętności znajdowania rozwiązań.

W tym kontekście interesujące wydają się wyniki badań uzyskanych przez Ernest&Young w badaniu „Barometr Przedsiębiorczości” z 2012 roku [Aluwihare i Górska, 2012, s. 52-56]. Badanie odbyło się przy okazji dziesiątej edycji konkursu Przedsiębiorca Roku. Jedną z analizowanych kategorii są rekomendacje dla początkujących przedsiębiorców, wśród których wskazane zostało pięć najważniejszych:

- wytrwałość,
- analiza rynku,
- zaangażowanie,

- odwaga,
- zespół kompetentnych pracowników.

Za główne czynniki sukcesu w Polsce uznano: wytrwałość i ciężką pracę, umiejętność współpracy z ludźmi, skłonność do podejmowania ryzyka, znajomość branży i innowacyjność. Znaczenie tych wartości dla skutecznego prowadzenia firmy podkreślali również laureaci konkursu.

Zakończenie

Nadzieja na sukces, czyli aktywizujące do działania przekonanie, że dzięki własnemu wysiłkowi i zdolnościom, można zrealizować zaplanowane cele, to wartościowy atrybut przedsiębiorczej osobowości. Wykorzystane w opracowaniu raporty wskazują, że determinuje ona nie tylko decyzję o założeniu firmy, ale też jest źródłem energii do jej prowadzenia niezależnie od trudności, które właściciel organizacji napotyka na rynku. Dlatego też konieczne wydaje się prowadzenie badań, które oszacują korelację nadziei na sukces z efektywnością prowadzenia firmy, jej związek z innymi cechami przedsiębiorczymi oraz wpływ na podejmowanie decyzji. Niewiele jest opracowań dotyczących tematyki nadziei na sukces, co może być uzasadnione złożonością tego konstruktu, którą dobrze oddaje paradoks nadziei sformułowany przez Matczak i Salatę: istnienie nadziei jest uzasadnione tylko wówczas, gdy sytuacja nie jest jasna i niesie ze sobą ryzyko porażki. Źródłem nadziei jest więc zwątpienie, które wynika z umiejętności analizowania i świadomości zagrożeń, czyli z inteligencji [Matczak, Salata, 2009, s. 3]. Potwierdzeniem tej zasady wydają się być przytoczone powyżej opinie przedsiębiorców. Zweryfikowania wymaga wobec tego również teza, czy przedsiębiorca o wysokim poziomie nadziei na sukces to przedsiębiorca inteligentny, przewidujący kryzysowe sytuacje. A może inteligencja wyznacza granicę, za którą nadzieja przyjmuje formę naiwności, skłaniającej do podejmowania nieracjonalnych działań biznesowych?

Literatura

1. Aluwihare D., Górska B. (2012), *Recepta na sukces. Dekada rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, ICAN Institute, Ernest&Young, <https://przedsiębiorcaroku.pl/photo/Pdf/EY-broszura-2012.pdf>, dostęp: 25.02.2013.
2. Buksik D. (2010), *Refleksja nad nadzieją w perspektywie psychologii egzystencjalnej*, „Kwartalnik Naukowy Fides et Ratio” nr 2(2).

3. Glinka B., Gudkova S. (2011), *Przedsiębiorczość*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa.
4. Hayek M. (2012), *Control Beliefs and Positive Psychological Capital. C Nascent Entrepreneurs Discrimanete Between What Can and Cannot be Controlled?*, „Journal of Management Research” vol. 12, no. 1.
5. Kirkwood J. (2009), *Is Lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?*, „International Journal of Gender and Entrepreneurship” vol. 1, no. 2.
6. Kwiatek P. (2012), *Znaczenie i rozwój psychologii nadziei w ujęciu Charlesa Richarda Snydera*, <http://www.seminare.pl/31/seminare31-157.pdf>, dostęp: 20.02.2013.
7. Łaguna M., Trzebiński J., Zięba M. (2005), *Kwestionariusz Nadziei na Sukces. Podręcznik, Pracowania Testów Psychologicznych PTP*, Warszawa.
8. Matczak A., Salata E. (2009), *Inteligencja emocjonalna a nadzieja*, www.fidesratio.org.pl/files/plikipdf/maczak6.pdf, dostęp: 15.02.2013.
9. Porzak R., Sagan M. (2013), *Nadzieja i przedsiębiorczość – psychologiczne aspekty zarządzania*, „Zeszyty Naukowe WSEI”, seria Ekonomia, 6(1).
10. Ryś M. (2010), *Człowiek niosący nadzieję*, „Kwartalnik naukowy Fides et ratio” nr 2(2).
11. Strojny J. (2004), *Psychologiczne i społeczne uwarunkowania przedsiębiorczości w firmie, prezentacja*, http://www.spmp.org.pl/files/Psychologiczne_i_spoeczne.ppt#10, dostęp: 11.02.2013.
12. *Tajemnica sukcesu 2010. Różne oblicza przedsiębiorczości*, http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/smeweek/portraits/index_pl.htm, dostęp: 10.02.2013.
13. *Tajemnica sukcesu 2011. Przedsiębiorczość poza rozpoczęciem działalności: Przedsiębiorcy drugiej szansy i przeniesienie własności przedsiębiorstwa*, http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/smeweek/portraits/index_pl.htm, dostęp: 10.02.2013.
14. *Tajemnice sukcesu. Porady europejskich przedsiębiorców*, http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/smeweek/portraits/index_pl.htm, dostęp: 10.02.2013.
15. Zaleśkiewicz T. (2004), *Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka*, w: *Psychologia ekonomiczna*, Tyszka T. (red.), GWP, Gdańsk.

Streszczenie

Artykuł dotyczy nadziei na sukces rozumianej jako konstrukt poznawczy, który jest źródłem motywacji do działania i przezwycięzania napotykaných przeszkód dzięki przekonaniu o silnej woli oraz możliwości wykorzystania własnych kompetencji. Analiza wpływu nadziei na sukces na sposób percepcji i działania człowieka pozwoliła postawić tezę o znaczeniu, jakie odgrywa ona przy podejmowaniu decyzji i działań przedsiębiorczych. Założenie to zostało potwierdzone poprzez konfrontację istoty nadziei na sukces i cech przedsiębiorczych oraz w oparciu o opinie przedsiębiorców, których wypowiedzi znalazły się w trzech raportach przygotowanych przez Komisję Europejską z okazji Tygodni Przedsiębiorczości w latach 2009, 2010 i 2011.

Słowa kluczowe

przedsiębiorczość, nadzieja na sukces, motywacja przedsiębiorcy

Hope for success as the entrepreneur's attribute (Summary)

The article presents hope for success as the cognitive construct and positive motivational state based on two factors: agentic thoughts and pathway thoughts. The consequences of hope for person's perception and behaviour were presented and compared to entrepreneurs' features and operation style. The importance of hope for success in entrepreneurs' careers were analysed on the basis of European entrepreneurs' statements cited in brochures prepared by The European Commission on the occasion of Entrepreneurship Weeks in 2009, 2010 and 2011.

Keywords

entrepreneurship, hope for success, entrepreneurs motivation